



Как правильно подбирать и использовать таргетинги myTarget



Ольга Чванова
myTarget

АУДИТОРИЯ МУTARGET В РОССИИ



95%

Месячная аудитория
myTarget



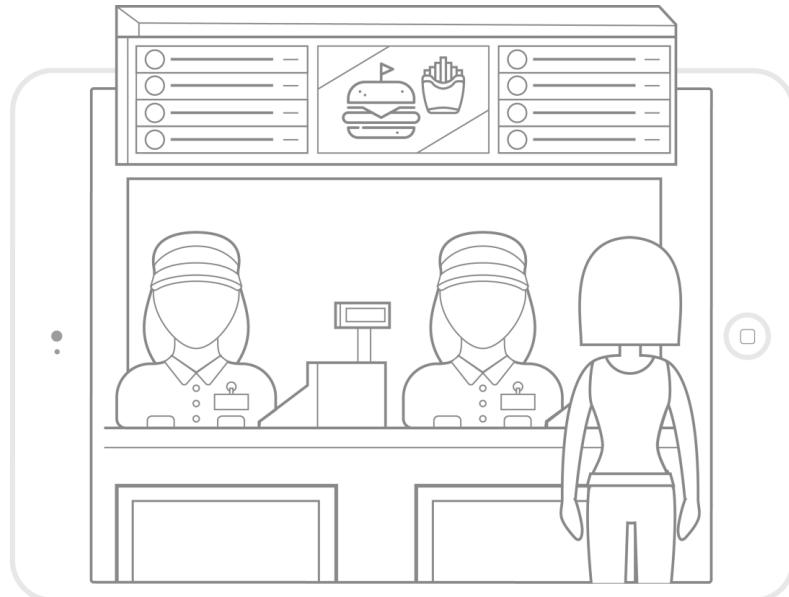
77%

Дневная аудитория
myTarget

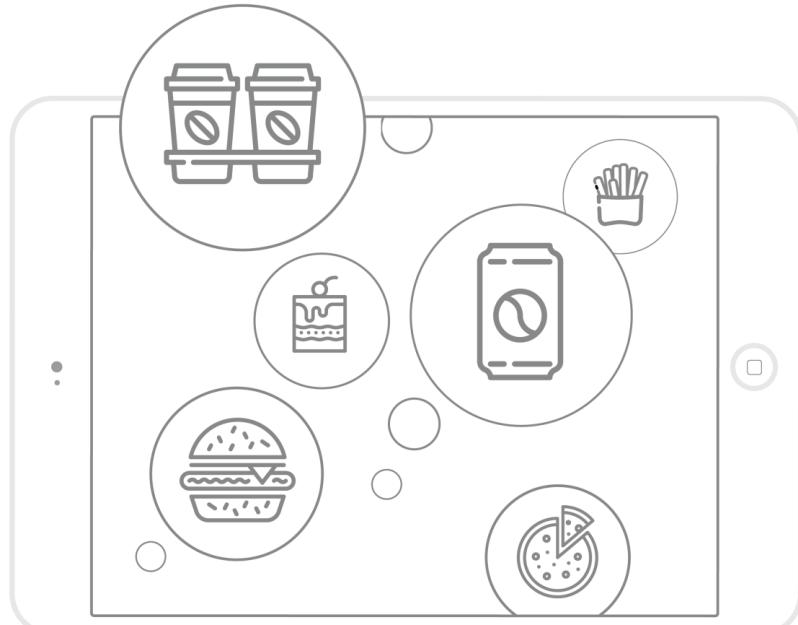


ГРУППЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ VS ТОВАР

Контекстная реклама – товар



Таргетированная реклама – группы пользователей





РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

СОЦДЕМ ТАРГЕТИНГИ

ПОЛ



ВОЗРАСТ

12-75

ГЕОГРАФИЯ



Страна



Город



Район

Пол

ПОЛ: мужчины, женщины

Мужчины

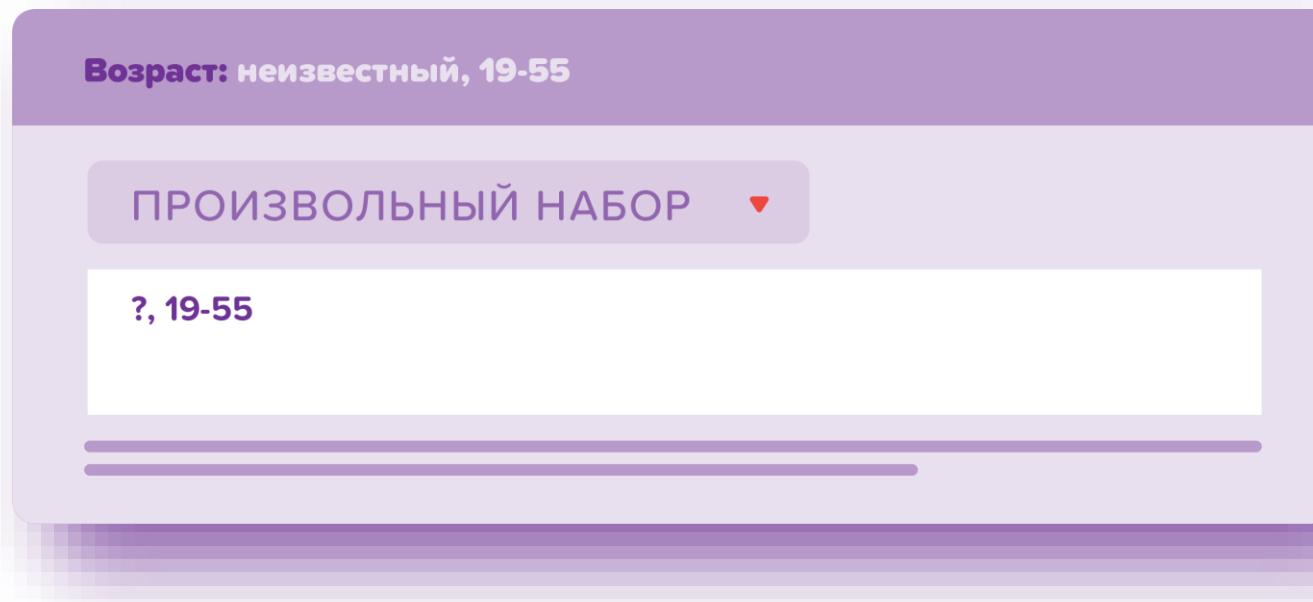
Женщины

Неизвестный

Если включить кампанию и на мужчин и на женщин, показ идет в том числе по неизвестному пол

Возраст

Произвольный набор позволяет делать более точную настройку и использовать неизвестный возраст



Аукцион по гео

За пользователем из Москвы
бегает больше рекламодателей
чем в регионах . Нужно заводить
отдельные кампании только
на Москву и МО

География: учитывать

Россия **Московская область** СНГ

Ленинградская область Украина Весь мир

Искать...

▼ Россия

- Московская область
- Краснодарский край
- Ростовская область
- Свердловская область

Выбрано

Московская
область 

ИНТЕРЕСЫ



Социально-поведенческие характеристики

Родители
дошкольников

Потребление
кофе

Высшее
образование

Высокий доход
семьи

Работа
в госслужбе

Характеристики

Поведенческие и социальные характеристики: учитывать

Искать...

- ▼ Индивидуальный доход
 - А-Доход ниже среднего
 - В-Средний доход
 - С-Доход выше среднего
 - D-Высокий доход
 - Е-Премиум

Выбрано

С - Доход выше среднего 

Работает 

При использовании нескольких характеристик они работают по принципу **ИЛИ**. Например: или работает, или доход выше среднего

Интересы

Если включено несколько интересов они работают между собой по принципу **ИЛИ** Например: или интересуется покупкой косметики, или парфюмерии.

Важно - не рекомендуется смешивать интересы, особенно из разных категорий. Разный аукцион и разное качество

Пол: мужчины, женщины

Искать...

▼ Красота и уход за собой

- Интерес к покупке косметике
- Интерес к покупке парфюмерии
- Интерес к услугам салонов красоты

Выбрано

- Интерес к покупке косме... ×
- Интерес к покупке парф... ×

БИЗНЕС

Аудиторный сегмент	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Бизнес	104%	102%	81%	113%
B2B / Документальная и финансово-правовая поддержка	112%	97%	71%	121%
B2B / Для офиса	104%	97%	85%	114%
B2B / IT для бизнеса	103%	102%	80%	114%
Малый бизнес	102%	102%	88%	109%
Финансы и бухгалтерский учет	102%	104%	86%	109%
B2B / Реклама и маркетинг	104%	104%	80%	113%
Средний и Крупный бизнес	103%	103%	83%	111%
B2B / Оборудование, станки, энергообеспечение	124%	97%	58%	121%
B2B / Сырье и материалы	113%	104%	63%	120%
B2B / Торговое оборудование и товары оптом	117%	99%	63%	121%
Юридическая поддержка	102%	101%	89%	108%
B2B / Медицинское оборудование	120%	93%	63%	124%
B2B / Сельское хозяйство	97%	126%	62%	116%
Управление персоналом	102%	98%	96%	104%

ОБУСТРОЙСТВО И РЕМОНТ

Аудиторный сегмент	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Обустройство и ремонт	93%	106%	93%	108%
Строительство и ремонт	100%	104%	93%	103%
Обустройство, ремонт и отделка	101%	101%	88%	110%
Окна и двери	100%	93%	80%	127%
Сантехника и ремонт ванн	99%	100%	88%	113%
Освещение	113%	84%	70%	133%

ПОДАРКИ И СУВЕНИРЫ

Аудиторный сегмент	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
Подарки, сувениры	112%	91%	75%	122%
Подарки и сувенир	116%	82%	68%	133%
Ювелирные украшения	110%	92%	78%	119%
Часы, украшения и аксессуары	108%	94%	80%	118%



◆ АУДИТОРИИ

АУДИТОРИИ



Гео из анкеты



Игры
и приложения



Email
и телефонные номера



DMP



Поисковые
запросы



Мобильные
идентификаторы



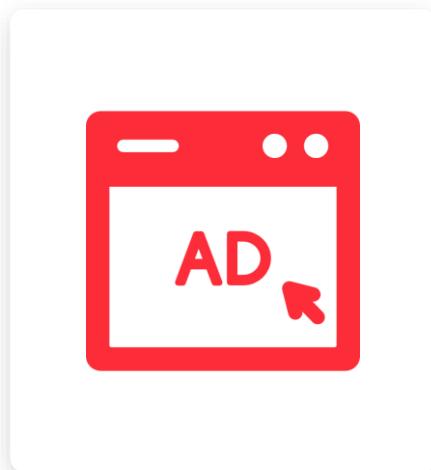
Группы и id пользователей
в OK и ВК



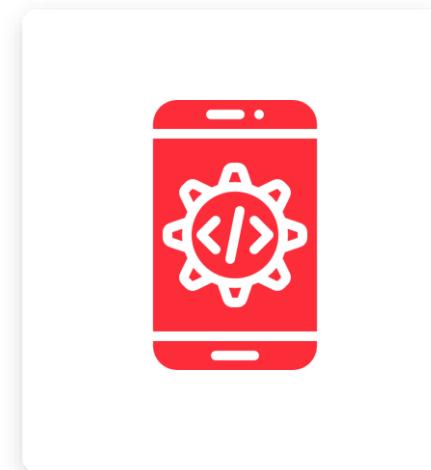
MAC-адреса

АУДИТОРИИ
РЕМАРКЕТИНГ

События на сайте
действия, продуктовый фид



События в приложении
регистрации, покупки, действия



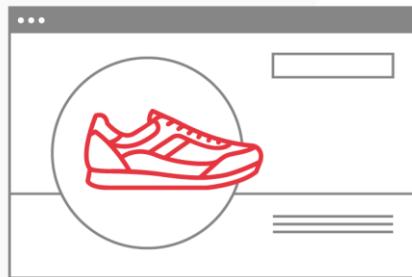
События в РК
клики, показы, просмотры



ЧТО ТАКОЕ ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ?

1

Пользователь смотрит товары, без совершения покупки



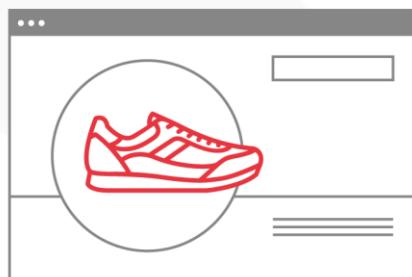
2

Видит рекламу в OK или Mail.RU



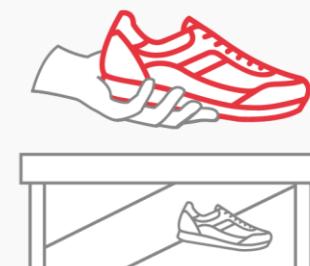
3

Возвращается на сайт



4

Приобретает товар



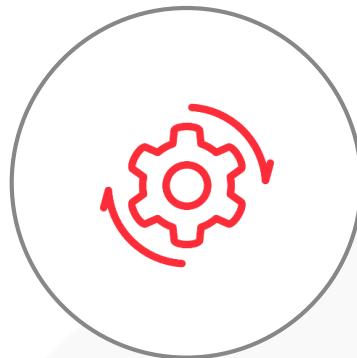
ПРЕИМУЩЕСТВА



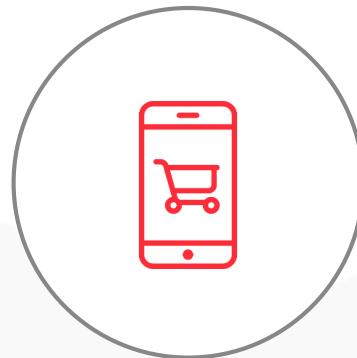
Низкий CPA



CTR выше среднего
в 2 раза



Высокая
конверсия



Must have –
для интернет-
магазинов

- Кликабельность таких объявлений выше в среднем в 2 раза. Что также сильно отражается на CPC

- Пользователь уже заинтересовался вашим товаром, но по какой-то причине не купил его (отвлекся, пришел начальник и т.д.)



МУЛЬТИФОРМАТНЫЙ ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

lamoda

Цена 2 799,0 руб

Реклама

×

Быстрая доставка и примерка! Акции и скидки каждый день.

lamoda.ru





В баннерах формата 240x400, 300x300 и 500x200

 3 590 руб Сумка 1053 Nobol	 3 990 руб Сумка 1051 KAKA	 1 040 руб Сумка 1041b She...	 1 040 руб Сумка 1041c Sher...
--	---	--	---

  **Sherlock**
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН АКСЕССУАРОВ 

 1 040 руб Купить	 1 040 руб Купить
 2 890 руб Купить	 3 465 руб Купить

 **Sherlock**
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН АКСЕССУАРОВ 

 1 040 руб	 1 040 руб
 2 890 руб	 3 465 руб

 **Sherlock**
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН АКСЕССУАРОВ 

ЦЕЛЬ

Увеличить количество отправленных заявок на кредитные карты с помощью контекстного таргетинга.

ПОДХОД

1. Тестирували ранее успешный список поисковых запросов;
2. Преобразовали его с помощью нового алгоритма и подготовили кампанию к запуску с аналогичными настройками (в том числе те же ставки и креативы);
3. Запустили 3 кампании с поисковыми запросами, которые пользователи искали в течение:

7

14

21

дней

дней

дня



mobile+desktop.

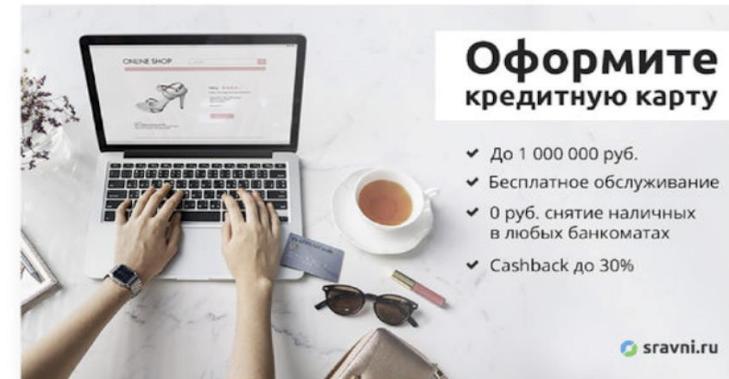
Ежедневный бюджет на эту и исходную кампании был одинаковым.

Наиболее эффективная - РК на 14 дней: протестировали динамическую подмену заголовка + исключали пользователей, кликнувших по объявлениям прошлой рекламной кампании со списком поисковых запросов.

ИТОГ

Новый контекстный таргетинг с динамической подменой заголовка увеличил

ROMI на 12%



АУДИТОРИИ

LOOK-ALIKE

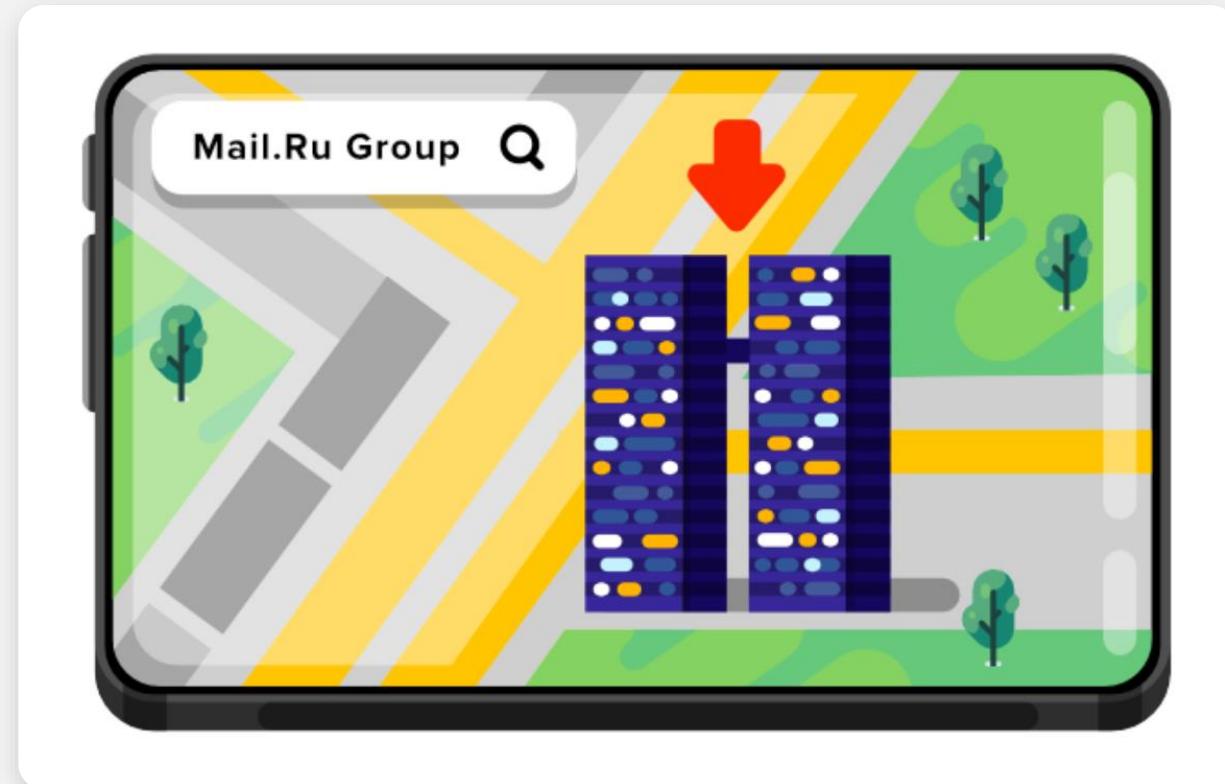


**Поиск
похожей аудитории**



НОВИНКИ

ОБЪЕКТЫ И ОРГАНИЗАЦИИ В ЛОКАЛЬНОМ ТАРГЕТИНГ



КЕЙС ФИТНЕС КЛУБ “КУЛЬТ ЛИЧНОСТИ”



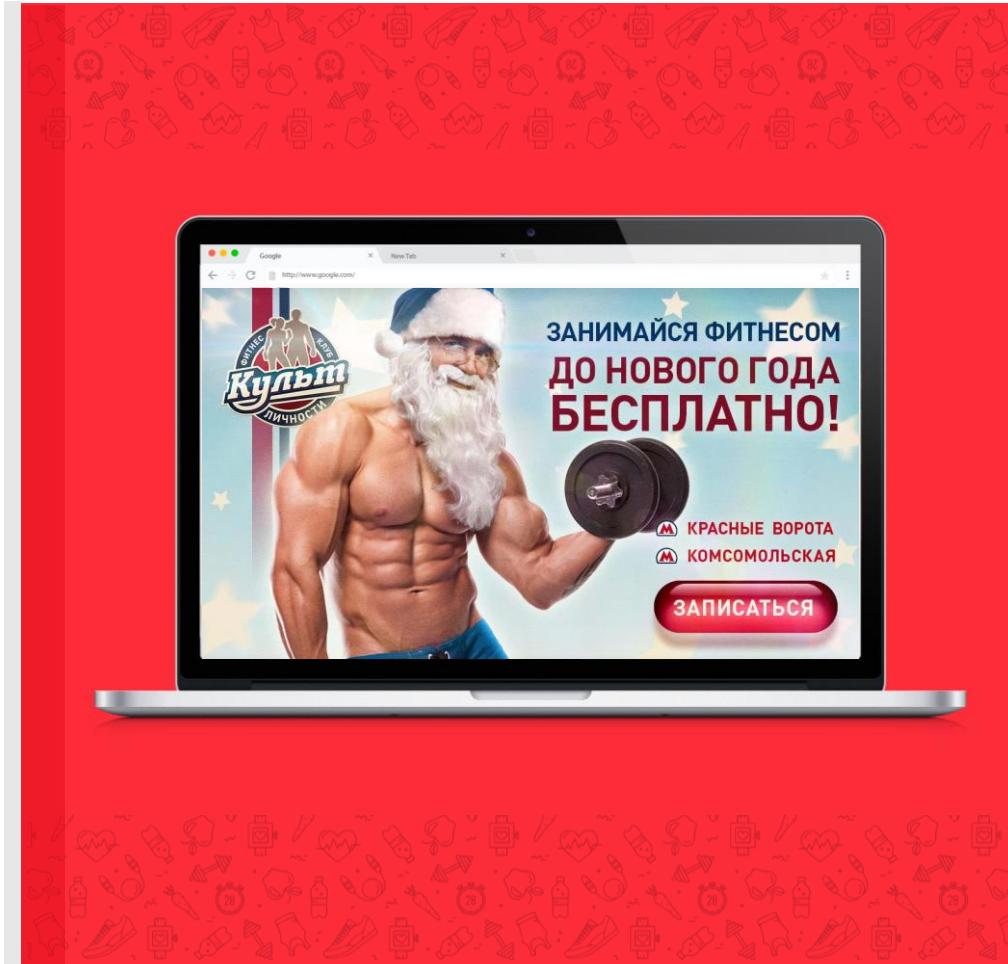
радиус
2 километра



часто бывают
в рабочее время



сплит по возрасту
и неизвестные возрасты



РЕЗУЛЬТАТЫ ТРЕХ ДНЕЙ ТЕСТА



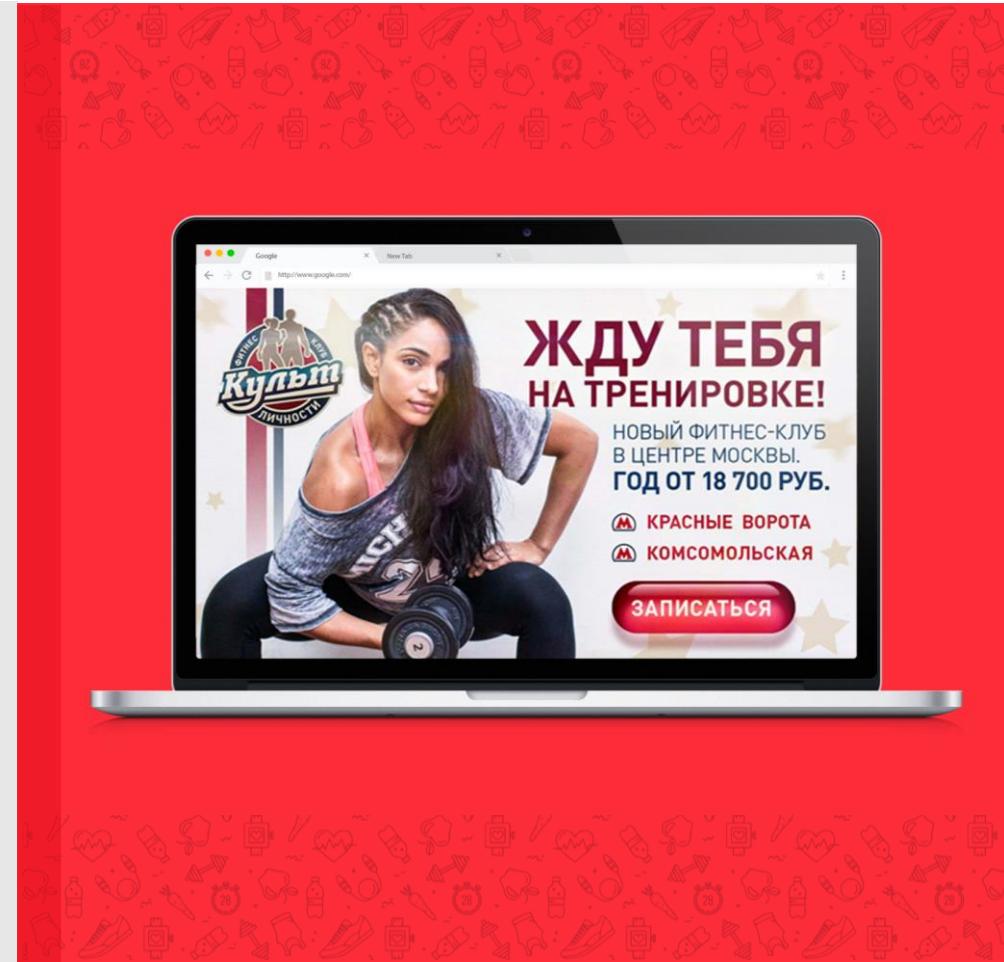
бюджет
12 000 рублей



24 заявки



3 продажи



АУДИТОРИИ
ВНЕШНИЕ СЕГМЕНТЫ



Рестораны



Магазины



Кинотеатры



Автовладельцы

АУДИТОРИИ

ПОСТАВЩИКИ ДАННЫХ

AmberData

CleverDATA

HoReCaMarketing.ru

Hvala

Soloway

Weborama

Atuko

Leadscanner

NETGO WIFI

Aidata

HotWiFi

НПО Аналитика

ЦЕЛИ

Стимулирование к покупкам
на сайте в дни распродажи

Ориентировались
на **CPA ≤ 2000 руб.**

ТЕХНОЛОГИЯ

Динамический
рекламный маркетинг

ФОРМАТЫ

- ◆ Мультиформат
- ◆ Карусель
- ◆ Баннер 240x400



ИТОГИ



17
заказов



1600 руб.
CPA

точка

банк для предпринимателей

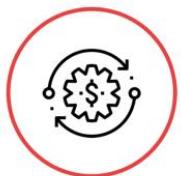
Использовались кастомные аудитории пользователей (id ВКонтакте) интересующихся бизнес тематикой.



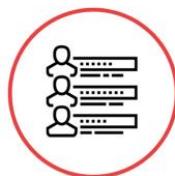
МУЛЬТИФОРМАТНОЕ
РАЗМЕЩЕНИЕ



CPC 6,31₽



CR 0,9%



CPA 1023₽

ЗАЯВКА НА ПОДКЛЮЧЕНИЕ



CTR 1,12%



ГЕО: РФ

my
桔



ГРУППА
ОТКРЫТИЕ





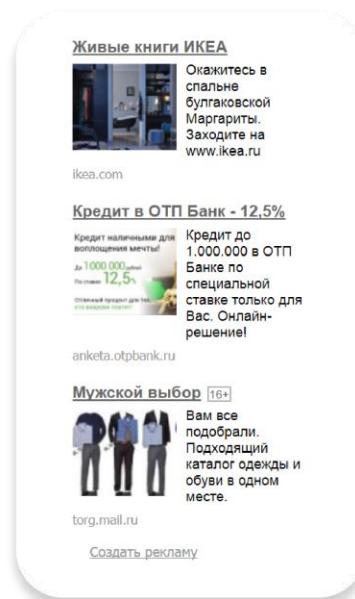
РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ



МУЛЬТИФОРМАТ DESKTOP

Тизер

90 x 75



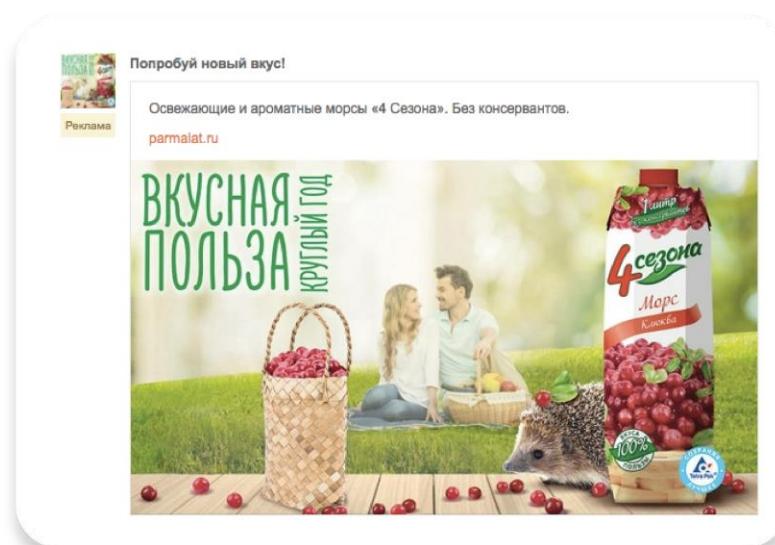
Баннер

240 x 400



Нативный блок

1080 x 607





РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

CPI

CPC

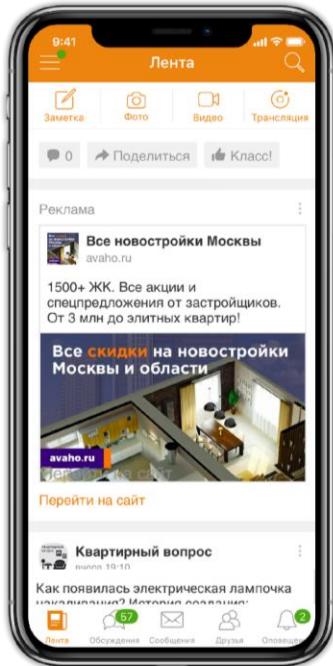
CPM

МУЛЬТИФОРМАТ МОВИЛ

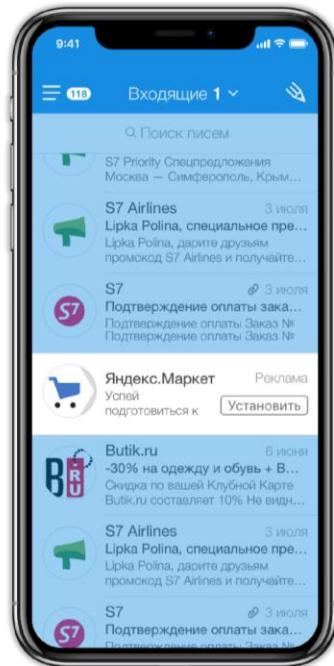
Fullscreen



Лента

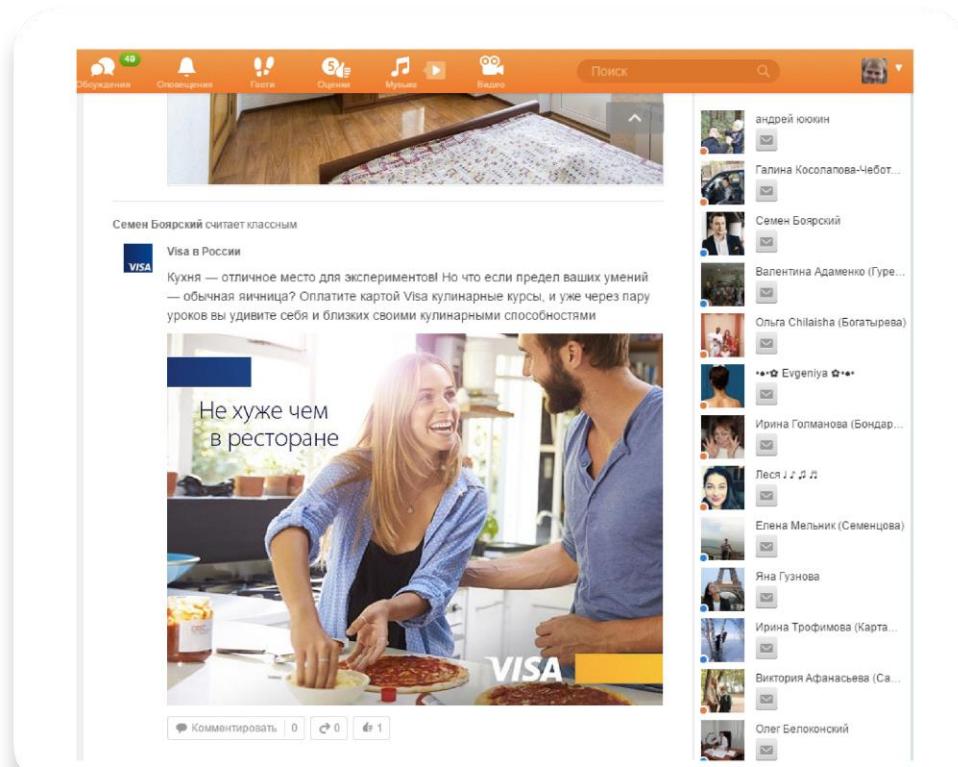
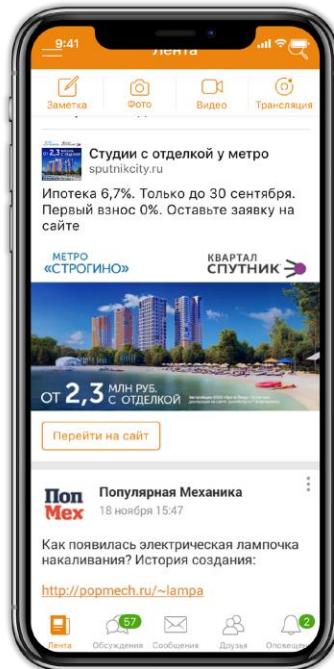


Стандарт



Технические требования: https://target.my.com/adv/help/adverts/#mobile_unified

ПРОМОПОСТЫ В ОДНОКЛАССНИКАХ



Технические требования: <https://target.my.com/adv/help/adverts/#topic>



РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

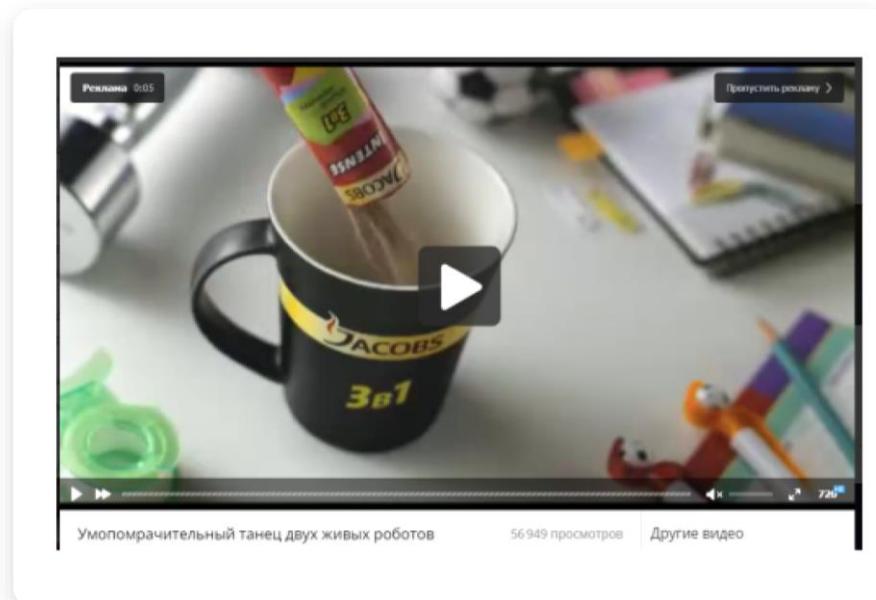
CPV CPM



ВИДЕОРЕКЛАМА DESKTOP

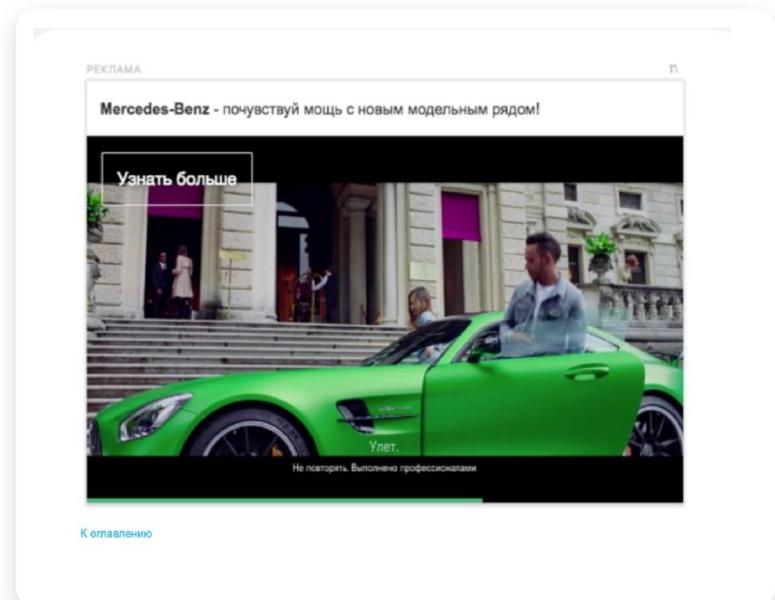
CPV

Преролл



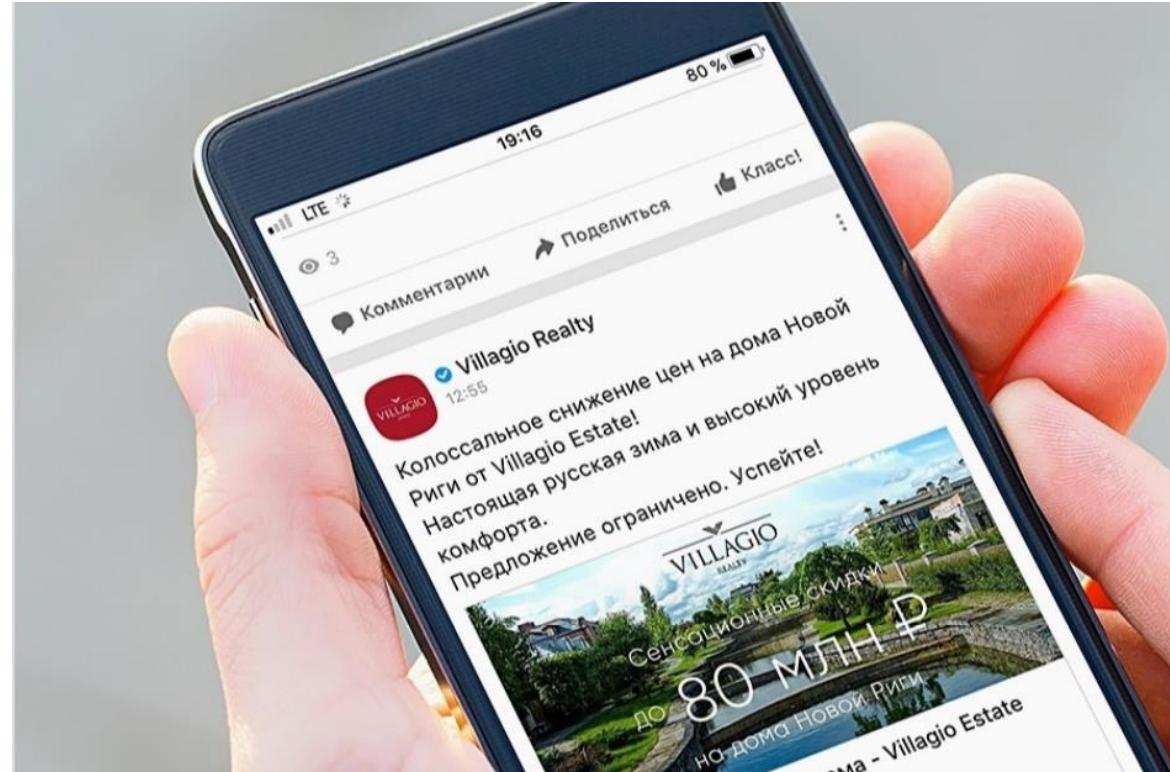
Технические требования: <https://target.my.com/adv/help/adverts/#preroll>

Out-stream видео в сети nativeroll



https://target.my.com/adv/help/adverts/#Out_stream_video_network_NativeRoll

LEAD ADS



Технические требования: <https://target.my.com/adv/help/adverts/leadads/>

◆ ЗАВЕДЕНИЕ РК И АУКЦИОН

ОПЛАТА

МОДЕЛИ ОПЛАТЫ



Клики



Показы



Установки
приложений



Досмотры видео

АУКЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ



Максимальное
число кликов/показов



Фиксированная
ставка



Минимальный
расход

ОПЛАТА

ВЫБОР ПЛОЩАДОК ПРИ СРМ



десктоп



мобайл



ОПЛАТА

УПРАВЛЕНИЕ СТАВКОЙ В MYTARGET

30
рублей



за клик

50%



Охват
аудитории



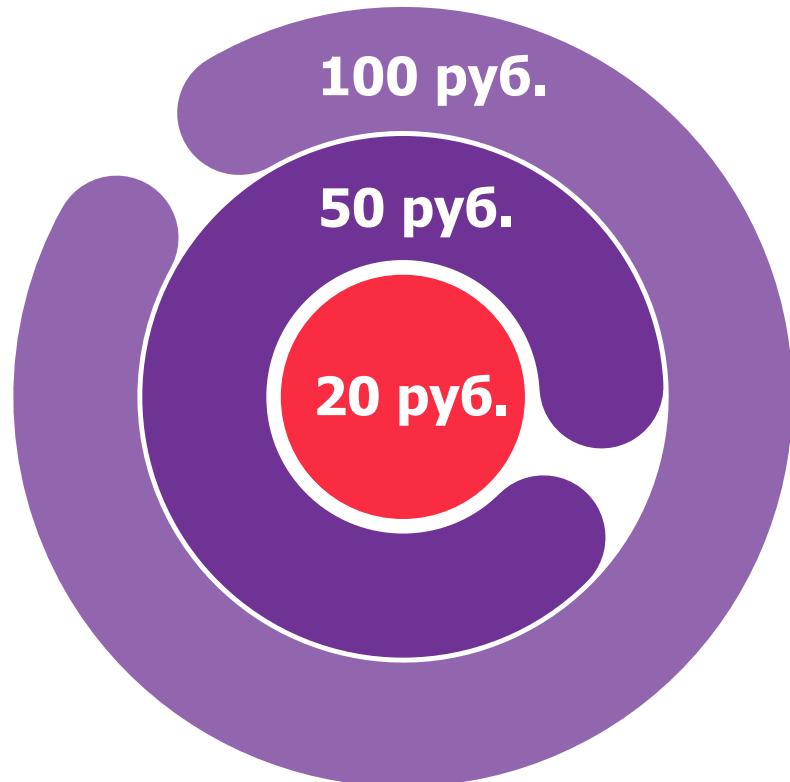
Что характеризует eCPM?

eCPM является показателем потенциального охвата

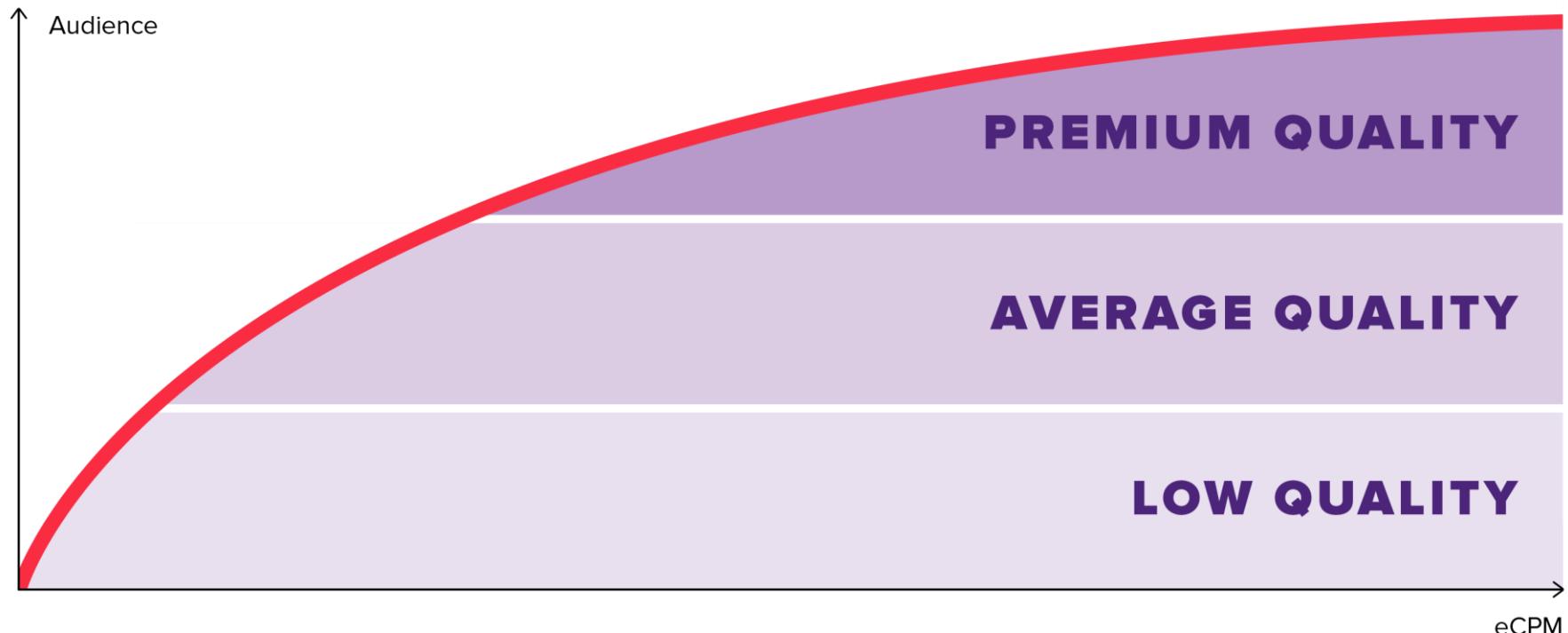
Чем выше eCPM, тем больше аукционов можно выиграть

eCPM характеризует «качество» аудитории

Цена показа eCPM / 1000 тем выше, чем выше ставки других рекламодателей в аукционе. Все рекламодатели хотят «качественных» пользователей



Распределение по eCPM?



Аукцион

Чем больше рекламодателей интересуется пользователем, тем дороже он стоит



Логика заведения кампаний

не для вирусных товаров и соц
сервисов

Работаем по стратегии "Разделяй и властвуй"- портретный подход.

1 Ремаркетинг

динамический ремаркетинг

2 Аудитория по своим базам

3 Аудитории по группам

5 По мас адресам для оффайн

4 По ключевым словам

6 Интересы

Логика заведения кампаний

для вирусных товаров и соц сервисов

Работаем по стратегии "Снятие сливок"
соц.дем тарегинги – т сегментация по полу
и возрасту частота не более 3х раз на одного
уникального пользователя, кросминусация
всех кампаний по кликам.

19-24 

25-35 

36-45 

46-55 

55+ 

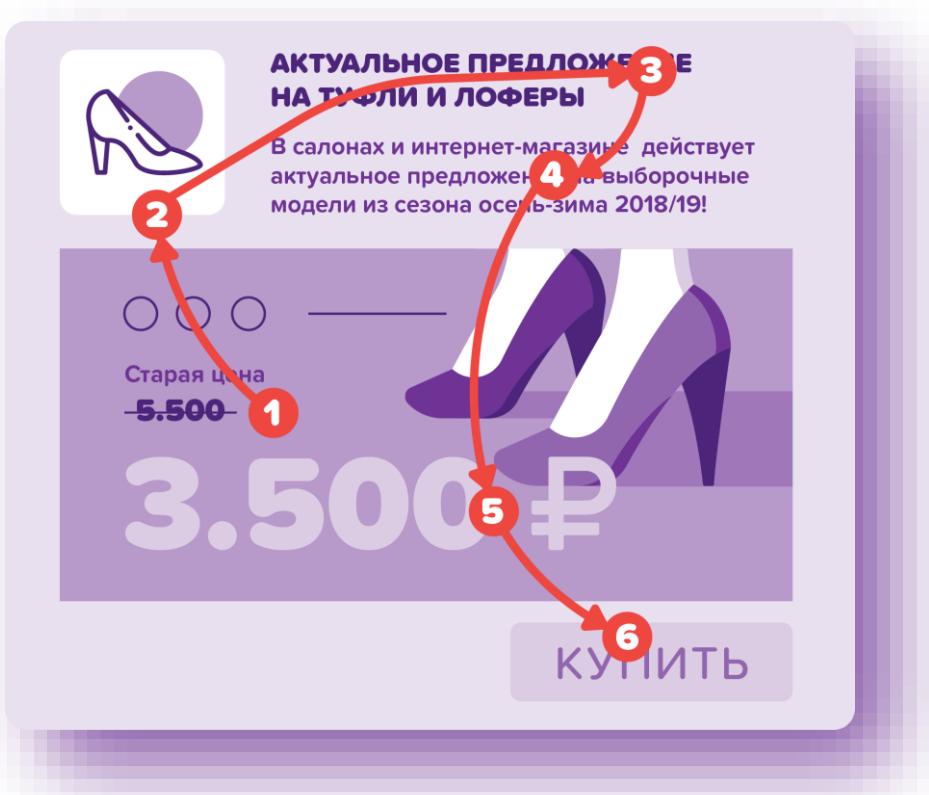
Сегменты

- 1 Прогнозатор не предсказывает охват и ставку при использовании сегментов и локальной рекламы
- 2 Если включено несколько сегментов они работают по принципу **ИЛИ**, или пользователь удовлетворяет одном условию или другому



Баннеры и креативы

Как видят баннер



- 1 Баннер
- 2 Иконка/Логотип
- 3 Заголовок
- 4 Основной текст
- 5 Текст на баннере (вчитывается)
- 6 Кнопка Call to action

Рекомендации для баннеров

1 ТРИГГЕРЫ и отображение знаний о пользователе

Отражайте знание о поле, возрастах, гео, интересах прямо в баннере и в тексте объявления.

2 Яркий, контрастный баннер, но НЕ ВЫРВИ ГЛАЗ

Задача баннера остановить листание пользователем ленты

3 НЕСКОЛЬКО баннеров

Используйте не менее 5 различных подходов в дизайне, чтобы оставить только CTRистое

4 Четкий CALL TO ACTION

Не забывайте указать как на баннере, так и в тексте, то, какое действие вы хотите, чтобы совершил пользователь



Используйте возможности **myTarget**
с максимальной эффективностью
o.chvanova@corp.mail.ru

Подробнее о формате читайте на [myTarget PRO](#)